

Rubyglow®: la nueva variedad de piña y su protección como propiedad industrial.

Lucía Muñoz

La compañía Fresh del Monte Produce Inc. lanza una nueva variedad vegetal que registra como marca y la llama Rubyglow®. Esta consiste en una distintiva piña de 400 dólares, color rojo intenso, pulpa de color amarillo vivo y un característico sabor dulce.

¿Alguna vez habéis visto una piña de color rojo intenso? Pues la compañía Fresh del Monte Produce Inc. se adelanta a todos presentando en el mercado la nueva variedad de piña de color rojo intenso, pulpa de color amarillo vivo y un característico sabor dulce, llamada Rubyglow®. La compañía cuenta con operaciones de agricultura y compra de fruta de productores independientes en Costa Rica, Guatemala, Ecuador, Colombia, Perú, Brasil, Argentina, Chile, Camerún, Sudáfrica, España y Filipinas, entre otros, siendo su principal especialidad el plátano, la piña y el melón.

Rubyglow® es fácilmente reconocible por su piel exterior roja, producida en cantidades muy limitadas en Costa Rica y solo han pasado pocas semanas desde su lanzamiento en el mercado de Estados Unidos, estando en California ya agotada su existencia. Esta piña de menos de un kilo se puede

considerar que se encuentra dentro de una línea de lujo en la industria frutícola ascendiendo su precio a casi 400 dólares por unidad. Pero no son los únicos lanzamientos de lujo en la industria frutícola en las últimas semanas, *Ikigai Fruits* también hacía su aparición en Estados Unidos con sus fresas, melones y naranjas, ascendiendo las fresas a un precio de 238 dólares la caja de 30 unidades y cada melón a 128 dólares.

La piña se lanzó por primera vez en China, a tiempo para el Año Nuevo chino, como parte del debut de la empresa en el mercado asiático, contando ya con una lista de espera disponible para los consumidores de otros países. Adelanta la compañía Fresh Del Monte Produce Inc., que contarán con unas 5.000 piñas disponibles en todo el mundo en 2024, y otras 3.000 unidades para 2025, convirtiéndola en un producto de lo más exclusivo.

Esta pequeña joya, Rubyglow®, necesita un periodo de 2 años para su cultivo, madurando de forma natural en la planta y manipulándola posteriormente con mucho cuidado para su posterior comercialización que no incluye la corona y va envuelta en una caja de diseño digna de las bellas artes. ¿Merece la pena? Esa es la gran pregunta y no mucha gente podrá responderla.

Rubyglow®, tras 15 años desarrollándose llega finalmente al mercado.

Se trata de un cruce entre una piña tradicional y una rara variedad de piña morada, generalmente no comestible, convirtiéndose en una fruta híbrida producida mediante técnicas de cruce tradicionales. La compañía lleva liderando la innovación de la piña desde la década de 1900 con la piña Del Monte Gold® Extra-Sweet de color dorado y sabor dulce, la primera de su tipo, lanzando posteriormente la piña Pinkglow®, Honeyglow®, Del Monte Zero y ahora, Rubyglow®.

Cultivándose en Costa Rica en cantidades muy limitadas, Rubyglow® lleva más de 15 años desarrollándose y finalmente Fresh del Monte Produce Inc., obtuvo una patente (*plant patent*) en Estados Unidos ([nº 33.544](#)) en 2021 - “Vintage Ruby” y se ha solicitado como variedad vegetal protegida en Costa Rica.

Para obtener derechos sobre una variedad vegetal, los obtentores están obligados a dar a la nueva variedad una “denominación de la variedad”, como dispone el artículo 20 del Convenio Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales (Convenio de la UPOV). Dichas denominaciones no pueden registrarse como marcas, en virtud del artículo 7.1 m) del Reglamento sobre la marca de la UE, formando parte de los motivos de denegación absolutos o nulidad si consiste en una denominación de obtención vegetal anterior o la reproduce en sus elementos esenciales. Por esta razón, vemos que la nueva variedad *Vintage Ruby*, ha sido solicitada como marca en la UE bajo el nombre de Rubyglow®. Se

trata de la solicitud nº [019030757](#), presentada en la EUIPO el 22 de mayo de 2024, encontrándose actualmente en periodo de oposición hasta el 28 de agosto de 2024.

En cuanto al derecho de obtentor de una variedad vegetal, y en lo que hace a España, en virtud del artículo 18 de la Ley 3/2000, de 7 de enero, de Régimen Jurídico de Protección de Obtenciones Vegetales, se concederá por un periodo determinado, siempre que cumpla con los requisitos de protección: que sea nueva, distinta, homogénea y estable. El mismo se extenderá hasta el final del vigésimo quinto año natural o, en caso de variedades de vid y de especies arbóreas, hasta el final del trigésimo año natural a contar desde el año de concesión de los derechos de obtentor. Es por ello por lo que muchos obtentores aprovechan la estrategia de marcas para prolongar su control.

La combinación de diversas formas de protección para una variedad vegetal, según los territorios, garantiza su exclusividad en el mercado.

La protección de las variedades vegetales y el uso de marcas registradas son dos herramientas fundamentales para la industria frutícola. Ambos derechos ofrecen a los obtentores de nuevas variedades una serie de ventajas para garantizar la exclusividad en el mercado y proteger su inversión I+D. A través de una marca registrada, un obtentor puede proteger la identidad de su variedad (siempre que no coincida en el nombre de la variedad), lo que es fundamental cuando los consumidores buscan calidad en el producto.

En las variedades vegetales protegidas se puede incluir la marca registrada de manera visible en el etiquetado, brindando información al consumidor acerca de la procedencia y calidad de los productos, e incluso, se pueden combinar las anteriores con indicaciones de calidad como Denominaciones de Origen o Indicaciones

Geográficas Protegidas. No obstante, no sólo cuenta con estas ventajas ya que, al gozar de doble protección, la seguridad jurídica es mayor. Un ejemplo lo encontramos en la industria de las manzanas – Pink Lady®, o su denominación genérica menos conocida por el consumidor, Cripps Pink. A través de su exitosa estrategia de marketing, han alcanzado un gran reconocimiento en el mercado bajo el nombre de Pink Lady®. Lo anterior cobra especial relevancia en la práctica, debido a que en el momento en el que los derechos de la obtención vegetal expiran, otros productores pueden vender esa variedad, pero únicamente se les permite hacer uso de la designación genérica para su comercialización, como por ejemplo *Cripps Pink*. Esto último podría provocar que los consumidores no asocien la designación genérica, menos conocida, con el nombre otorgado a la marca que goza de gran reconocimiento.

A pesar de posibles inconvenientes que se pueden dar, la combinación de la protección de variedades vegetales y marcas registradas es una estrategia muy poderosa para la protección y comercialización de nuevas variedades vegetales. La protección que brinda esta doble vía concede al obtentor una gran herramienta para el fomento de su innovación y exclusividad, permitiéndole destacar su calidad y procedencia.

Por último, volviendo atrás en el tiempo, hacemos un pequeño guiño en este artículo al Covid-19, estad atentos que pronto traeremos noticias muy divertidas relacionadas con la esperada decisión relativa a una solicitud de registro del signo “COVIDIOT”.